

# Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Negara Asal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Specialized

Steven Malikin<sup>1</sup>, Herry Widagdo<sup>2</sup>, Idham Cholid<sup>3</sup>

Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang

e-mail: \*<sup>1</sup>[stevenmalikin@gmail.com](mailto:stevenmalikin@gmail.com), <sup>2</sup>[Herry@stie-mdp.ac.id](mailto:Herry@stie-mdp.ac.id), <sup>3</sup>[Idham@stie-mdp.ac.id](mailto:Idham@stie-mdp.ac.id)

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk dan negara asal terhadap keputusan pembelian sepeda specialized pada toko Mega Indah Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian sepeda specialized di toko Mega Indah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pada pengujian F memberikan hasil yakni terdapatnya pengaruh citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan negara ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap niat keputusan pembelian sepeda specialized pada toko sepeda specialized Mega Indah Palembang.*

**Kata kunci :** Citra merek, Kualitas produk, Negara asal, keputusan pembelian.

## **Abstract**

*The purpose of this study to examine the effect of brand image, product quality and origin county on purchasing decision on specialized bike on mega indah palembang shop. Population of this study is all of people buy specialized bike on mega indah mall. samples obtained by questionnaire for 100. The data was analyzed by multiple regression the finding revealed that brand image ( $H_1$ ) were positively related to the customer purchasing decision. Product quality ( $H_2$ ) were positively related to the customer purchasing decision and origin country ( $H_3$ ) were positively related to the customer purchasing decision.*

**Keyword :** Brand image, Product quality, Origin Country, Purchasing decision.

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern seperti sekarang ini persaingan pasar antar industri semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya jenis dan merek-merek baru sepeda beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Membanjirnya produk sepeda di pasaran mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian. Tak banyak jenis olahraga yang mampu bermetamorfosis

menjadi sarana hiburan, sarana komunikasi, dan akhirnya menjadi gaya hidup. Meski tak semata merupakan jenis olahraga, aktivitas bersepeda tampaknya menjadi fenomena itu. Bersepeda tumbuh menjadi hobi yang sangat populer, menjawab kebutuhan berbagai lapisan usia, dan merambah beragam strata sosial ekonomi.

Bersepeda / yang kini lebih dikenal dengan Gowes merupakan menjadi trend yang cukup baru. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa beramai-ramai gowes bersama yang tidak hanya mengurangi polusi udara juga sebagai olahraga. Harganya pun beraneka ragam mulai dari murah hingga sangat mahal. tergantung spesifikasi dan merk dari masing-masing dari sepeda tersebut. Salah satunya sendiri adalah Sepeda “*Specialized*” merupakan produk asli buatan Amerika yang lahir pada era 80-an, yaitu sekitar tahun 1981. Pemilik perusahaan sepeda raksasa tersebut bernama Mike Sinyard, yang merupakan anak seorang Masinis. Semakin hari, perusahaannya itu semakin berkembang dan *Specialized* pun kini telah memproduksi ratusan jenis model sepeda. Terbagi menjadi tiga kategori yaitu sepeda untuk Pria, sepeda Wanita, dan sepeda kaum muda. Ketiga kategori tersebut terbagi lagi menjadi beberapa bagian seperti sepeda gunung, sepeda balap, dan sepeda anak-anak dan lainnya. Khususnya di kota Palembang sendiri sepeda *Specialized* tidak mudah ditemukan karena memang sepeda *Specialized* merupakan merek yang cukup berkelas. Maka hanya bisa ditemukan di toko tertentu salah satunya Toko Megah Indah yang merupakan dealer resmi sepeda *Specialized*. Toko Megah Indah sendiri merupakan pemain lama dalam bidang sepeda sendiri. Toko yang sudah berdiri sejak 2002 yang awalnya hanya memiliki satu buah toko yang terletak di sekitar bundaran masjid agung Palembang kini sudah memiliki banyak cabang salah satunya sendiri adalah Toko Megah Indah yang terletak di deretan Ruko PTC Mall. Toko Megah Indah sendiri menjual berbagai jenis dan kelas sepeda mulai dari merek lokal maupun non-lokal. Tidak sedikit konsumen yang mengutamakan merk dan Negara asal dibuatnya sepeda tersebut. Mereka berani membayar mahal karena menginginkan kualitas yang terbaik. Ada keyakinan bahwa Negara asal mempengaruhi kualitas dari produk itu sendiri .

Dari fenomena dan hasil penelitian sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian adalah konsumen yang berbelanja di

Toko Megah Indah di Kota Palembang. Adapun judul dalam penelitian **“Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk dan Negara Asal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Specialized”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh citra merek,kualitas produk dan Negara asal secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Megah Indah di Palembang?
2. Bagaimana pengaruh citra merek,kualitas produk dan Negara asal secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Megah Indah di Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh Citra merek,Kualitas Produk dan Negara Asal secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Toko Megah Indah.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh Citra merek,Kualitas Produk dan Negara Asal secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Megah Indah.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2.1 Citra Merek**

“Menurut Kotler & Keller (2009,h.258) merek adalah “nama”, istilah, tanda, lambang atau desain atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual/ kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing.

### **2.2 Kualitas Produk**

“Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan”.

### **2.3 Negara Asal**

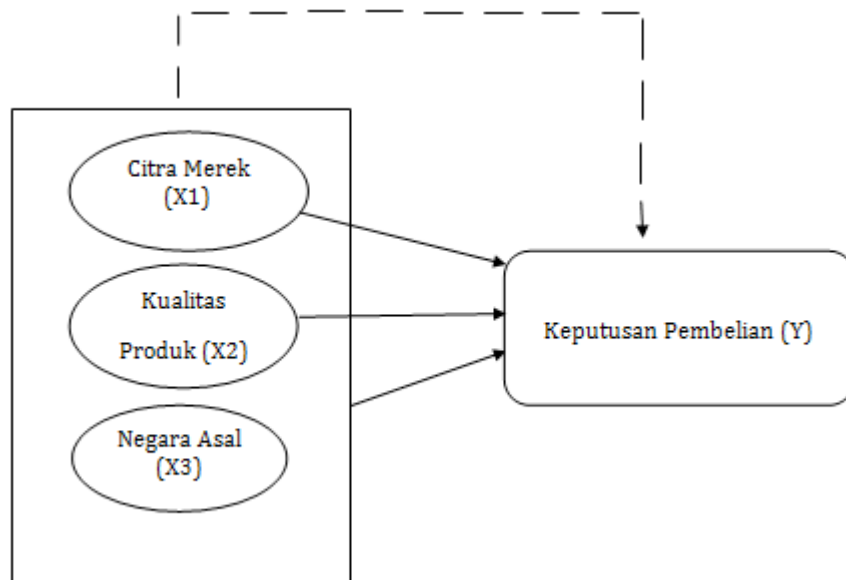
“Menurut (Elliot dan Comoron, 1994) Dalam pasar global yang semakin terhubung serta sangat kompetitif, pemerintah dan pemasar sangat memperhatikan bagaimana sikap dan kepercayaan mengenai negara mereka mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan bisnis. Negara Asal adalah tempat dimana suatu produk di produksi. Efek dari Negara Asal di negara maju cenderung lebih kecil”.

## 2.4 Keputusan Pembelian

“Menurut Kotler (2009, h.188-189) Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang mengenai preferensi atas setiap merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai”.

## 5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, maka kerangka penelitian dapat digambarkan pada gambar berikut :



**Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

= Parsial

= Simultan

## 6. **Hipotesis**

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah :

Ha1: Citra Merek, Kualitas Produk dan Negara Asal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Megah Indah secara parsial.

H01: Citra Merek, Kualitas Produk dan Negara tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Megah Indah secara parsial.

Ha2: Citra Merek, Kualitas Produk dan Negara Asal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Megah Indah secara simultan.

H02: Citra Merek, Kualitas Produk dan Negara Asal tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Megah Indah secara simultan..

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian Asosiatif atau Hubungan adalah rumusan masalah yang memadu peneliti untuk mengkontruksi hubungan antara situasi sosial atau domain satu dengan yang lainnya (Sugiyono, 2010, h.379).

### **3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Palembang. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, penulis melakukan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *unkown populations*. Dalam penelitian ini tipe sampling yang digunakan yaitu *Purposive sampling* dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non random sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan sampel untuk mencapai tujuan tertentu.

### **3.3 Jenis Data**

Menurut Sanusi (2011, h.13) jenis data dapat di bagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.

2. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Jenis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah data primer dan data sekunder. di mana data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yang diperoleh langsung dari responden. Data primer yang digunakan berupa kuesioner yang diberikan kepada responden sedangkan data sekunder berupa karangan ilmiah seperti jurnal.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner atau angket yang berupa pertanyaan yang disusun dalam bentuk kalimat tanya yang diberikan kepada responden yaitu pelanggan toko sepeda Megah Indah di Kota Palembang.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu analisis yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (Sugiyono, 2006, h.13). Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 22.0.

#### a) Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan matematika Analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Citra Merek

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk

X<sub>3</sub> = Negara Asal

a = konstanta, perpotongan garis pada sumbu X<sub>1</sub>

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = koefisien regresi

e = error atau sisa (residual)

Dan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian sebagai berikut :

#### 1. Uji Asumsi Klasik

a. **Uji Multikolinieritas**

Uji *Multikolinieritas* dilakukan untuk mengukur seberapa erat hubungan variabel X1 dan X2 dengan variabel Y yang ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* dan *VIF*(*Variance Inflating factor*), dikatakan tidak terjadi problem *multikolinieritas* apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

b. **Uji Heteroskedastisitas**

Pengukuran uji *heteroskedastisitas* ini dilakukan dengan metode uji glesjer yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Duwi 2014, h.115).

c. **Uji Normalitas**

Untuk melihat apakah data variabel yang diuji berdistribusi normal dan layak untuk diuji statistik maka diperlukan uji *normalitas* dengan menggunakan program *SPSS 22.0* yaitu dengan melihat hasil grafik *Normal Probability Plot*

d. **Uji Autokorelasi**

Uji *Autokorelasi* dilakukan untuk mengukur semua variabel apakah merupakan persamaan regresi yang baik atau tidak baik untuk digunakan sebagai model regresi, yang ditunjukkan oleh nilai *Durbin-Watson (DW)* dikatakan tidak terjadi masalah *Autokorelasi* dengan pengambilan keputusan (*DW test*) sebagai berikut  $Du < Dw < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terjadi autokorelasi (Duwi 2014, h.165).

2. **Uji Hipotesis**

a. **Uji F ( Secara Simultan)**

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak/simultan sering disebut dengan uji model. Berdasarkan hipotesis penelitian dengan menggunakan program *SPSS 22.0* yaitu dengan melihat hasil F hitung dan F tabel.

b. **Uji T ( Secara Parsial )**

Uji signifikan terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas ( $X_i$ ) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hipotesis penelitian

dengan menggunakan program *SPSS 22.0* yaitu dengan melihat hasil *F* hitung dan *F* tabel beserta nilai Signifikasi kurang dari 0,05.

b) **Analisis Korelasi berganda**

Analisis korelasi berganda adalah alat untuk mengukur hubungan atau tingkat antara variabel-variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) terhadap variabel terikat (*Y*) secara simultan. Simbol korelasi berganda adalah *R* (Sunyoto, 2011, h.63).

### 3.7 Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### 1. Validitas Instrumen

Pengujian Validitas adalah dengan menilai korelasi (*t*) terhadap semua variabel dan item. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan Correlation matrix yang ditunjukkan dengan *r* hitung > *r* tabel (0.150) maka data dikatakan valid, jika lebih kecil maka item tersebut dinyatakan tidak valid / gugur dan dikeluarkan dari kuesioner.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>r-hitung</b>
<b>Citra Merek</b>	<b>0.751</b>
<b>(X1)</b>	<b>0.775</b>
	<b>0.735</b>
<b>Kualitas Produk</b>	<b>0.565</b>
<b>(X2)</b>	<b>0.666</b>
	<b>0.703</b>
	<b>0.751</b>
<b>Negara Asal</b>	<b>0.795</b>
<b>(X3)</b>	<b>0.706</b>
	<b>0.715</b>
	<b>0.683</b>
	<b>0.689</b>
	<b>0.748</b>
	<b>0.282</b>
<b>Keputusan</b>	<b>0.800</b>
<b>Pembelian</b>	<b>0.670</b>
<b>(Y)</b>	<b>0.743</b>
	<b>0.787</b>
	<b>0.762</b>

#### 2. Reabilitas Instrumen



Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai keandalan dalam mengukur suatu dimensi. Dalam artian bahwa jika pengukuran dilakukan berulang kali akan memberikan hasil yang sama dalam setiap pengukuran. Dalam hal ini apabila nilai Realibility Coefficient (Alpha) lebih besar dari 0,6 ( $\alpha > 0,6$ ), maka variabel dan item yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Hasil uji Reabilitas
Citra Merek (X1)	0.871
Kualitas Produk (X2)	0.838
Negara Asal (X3)	0.875
Keputusan Pembelian (Y)	0.900

Sumber : Pengolahan data SPSS 22, 2015

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Toko Megah Indah merupakan salah satu ritel yang bergerak di bidang sepeda yang didirikan pada tahun 2002 oleh Bapak Ardiansyah Tanto. Toko Megah Indah sendiri merupakan cabang ketiga dari Toko yang didirikan oleh Bapak Ardiansyah Tanto yang merupakan Toko Sepeda pertama yang bernuansa modern yang terletak pada JL. R. Sukanto, Komplek Ruko Palembang Trade Center Blok G No. 17. Awal mula Bapak Ardiansyah Tanto bisa memiliki minat untuk membuka usaha di bidang sepeda diawali oleh karirnya yang dulunya bekerja sebagai mekanik di sebuah toko. Toko Megah Indah menyediakan berbagai merek antara lain WimCycle, United, Polygon, dan juga yang menjadi ikon dari Toko Megah Indah sendiri ialah merek Specialized karena Toko Megah Indah merupakan dealer untuk area Palembang.

#### **2. Hasil Pembahasan**

##### **2.1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel 4.21 Analisis Regresi Berganda						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.743	.927		1.881	.063
	CM	.604	.105	.421	5.734	.000
	KW	.180	.091	.165	1.975	.051
	NA	.307	.067	.391	4.584	.000

Berdasarkan Tabel 4.2 *Coefficients*, maka persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 1.743 + 0.604 (X_1) + 0.180 (X_2) + 0.307 (X_3) + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub> b<sub>3</sub>: Koefisien X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> X<sub>3</sub>

X<sub>1</sub> : Citra Merek

X<sub>2</sub> : Kualitas Produk

X<sub>3</sub> : Negara Asal

e : Tingkat Error, tingkat kesalahan

#### 2.1.1. Uji Asumsi Klasik

##### 2.1.1.1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.2 Uji Multikolinieritas			
Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CM	.303	3.302
	KW	.233	4.284
	NA	.224	4.457
a. Dependent Variable: KP			

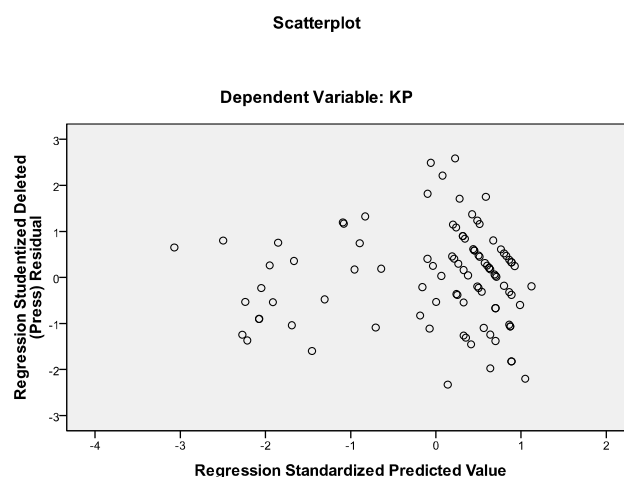
Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil uji *Multikolinieritas* diatas Kepercayaan ( $X_1$ ), Pengalaman ( $X_2$ ) dan *Service Quality* ( $X_3$ ) memiliki hubungan yang erat terhadap Keputusan Pembelian (Y) atau memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebab nilai *tolerance* lebih dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10.

#### 2.1.1.2. Uji *Heteroskedastisitas*

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	,147
	Citra Merek	,199
	Kualitas Produk	,494
	Negara Asal	,101

a. Dependent Variable: ABS\_RES

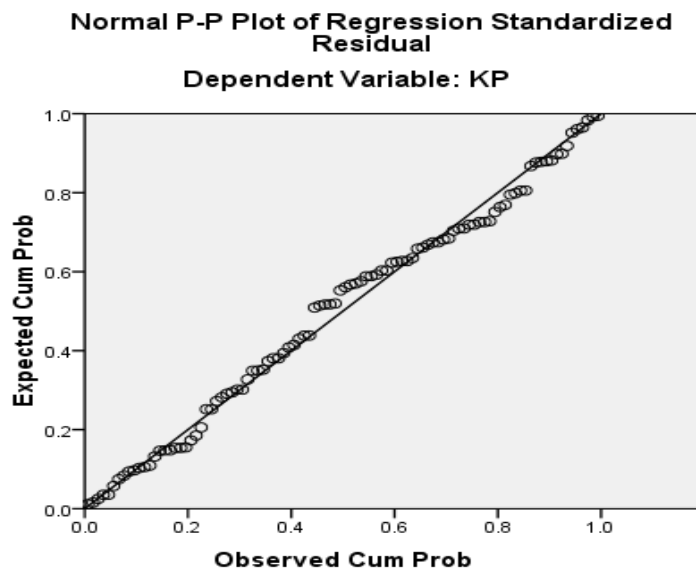


**Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot***

Berdasarkan gambar diatas, nilai signifikan menghasilkan nilai korelasi lebih besar dari 0,05 dan juga pada gambar *scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0

pada sumbu Y. Maka ini berarti *Heteroskedastisitas* tidak terjadi pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

#### 4.2.1.1.3 Uji Normalitas



**Gambar 4.2 Normal Probability Plot**

Berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk prediksi Keputusan Pembelian (Y).

#### 4.2.1.1.4 Uji Autokorelasi

**Tabel 4.20 Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	2.149 <sup>a</sup>
a. Predictors: (Constant), NA, CM, KW	
b. Dependent Variable: KP	

Tabel 4.20 diperoleh nilai *durbin watson* sebesar 2.149 yaitu  $1.613 < 2.149 < 2.3687$  atau  $1.736 < 2.149 < 2.2684$  yakni nilai *durbin watson* berada di antara nilai dl dan 4-dl atau du dan 4-du yang berarti bebas dari autokorelasi.

## 2.1.2.

### Uji Hipotesis

#### 2.1.2.1. Uji F (Secara Simultan)

Ha<sub>4</sub>: Citra Merek, Kualitas Produk, dan Negara Asal berpengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Ho<sub>2</sub> diterima dan Ha<sub>2</sub> ditolak apabila F hitung < F tabel

Ho<sub>2</sub> ditolak dan Ha<sub>2</sub> diterima apabila F hitung > F table

**Tabel 4.4 Uji F (Secara Simultan)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model

F  
Sig.  
1 Regression  
172.632  
.000<sup>b</sup>

a.Predictors : (Constant), X<sub>3</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>1</sub>

b.Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 22.0, 2015

Berdasarkan hasil pengujian diatas, nilai F hitung (172.632) > F tabel (2.27) ini artinya ada pengaruh antara Citra Merek (X<sub>1</sub>), Kualitas Produk (X<sub>2</sub>), dan Negara Asal (X<sub>3</sub>) secara simultan mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## 2.1.2.2.

### Uji t (Secara Parsial)

Ha<sub>1</sub>: Citra Merek berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Ha<sub>2</sub>: Kualitas Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Ha<sub>3</sub>: Negara Asal berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Ha<sub>1</sub> diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ha<sub>1</sub> ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Tabel 4.23 Uji t						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.743	.927		1.881	.063
	CM	.604	.105	.421	5.734	.000
	KW	.180	.091	.165	1.975	.051
	NA	.307	.067	.391	4.584	.000
a. Dependent Variable: KP						

Sumber: Data Primer yang Diolah

1. Tabel 4.23 menunjukkan nilai  $T_{hitung}$  pada variabel citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) sebesar (5.734), (1.975), dan (4.584) yakni  $\geq T_{Tabel}$  (1.66088) yang diperoleh dari nilai  $k = 4$  (variabel bebas dan variabel terikat) sehingga  $df = 96$  ( $100 - 4$ ) dengan taraf signifikansi 0.05 (5%). Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis untuk citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) diterima yang artinya variabel citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda *specialized* pada toko Sepeda Mega Indah Palembang secara parsial

## 5.KESIMPULAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti mengemukakan beberapa simpulan dalam penelitian yakni:

1. Variabel citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian sepeda *specialized* pada toko Sepeda Mega Indah Palembang, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (1.66088) yakni dimana pada variabel citra merek ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (5.734), kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar (1.975), negara asal ( $X_3$ ) sebesar (4.584)
2. Variabel citra merek dan negara asal memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai signifikansi pada uji t masing-masing sebesar 0.000
3. Variabel citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda *specialized* pada toko Sepeda Mega Indah Palembang secara simultan.

4. Variabel citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan negara asal ( $X_3$ ) mempengaruhi keputusan pembelian sepeda *specialized* pada toko Sepeda Mega Indah Palembang sebesar 83.9%.

## 5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dapat diberikan beberapa saran untuk peneliti sebelumnya :

Menambah jumlah sampel sehingga gambaran akan populasi dapat lebih terlihat karena semakin banyak sampel maka semakin banyak wakil dari populasi  
Menambah jumlah variabel selain citra merek, kualitas produk dan negara asal yakni seperti kualitas pelayanan, kelengkapan produk, variasi produk ataupun atribut produk mulai dari keamanan, kenyamanan penggunaan ataupun kemudahan dalam penggunaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2010, *Pengaruh Country of Origin dan Brand Reputation terhadap Customer Perceived Value Produk Kosmetik Korea Selatan*, Diakses 17 Maret 2016, dari <http://repository.uksw.edu/bitstream/>
- Anonim 2011, *Pengaruh Merek dan Negara Asal*, Diakses 1 Maret 2016, dari <http://repository.unand.ac.id/13283/>
- Anonim 2013, *Pengertian Kualitas Produk*, Diakses 4 Maret 2016, dari <https://tesisdisertasi.blogspot.co.id/2010/09/pengertian-kualitas-produk.html>
- Anonim 2014, *Definisi Keputusan Pembelian*, Diakses 20 Mei 2016, dari [www.google.co.id/#q=indikator+kualitas+produk+menurut+para+ahli](http://www.google.co.id/#q=indikator+kualitas+produk+menurut+para+ahli)
- Gendro, Wiyono 2011. *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM
- Joy Rider 2012, *Sejarah Sepeda Specialized*, Diakses 13 Mei 2016, dari <http://joyriderbandung.blogspot.co.id/2012/07/sekilas-tentang-specialized.html>
- Kartajaya, Hermawan 2010, *Brand Operation*, Erlanga, Jakarta
- Kotler, Philip 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
- Sanusi, SR 2011, *Beberapa uji validitas Dan Reabilitas Pada instrumen penelitian Universitas di Ponogoro*, Semarang
- Sugiyono 2014, *Metode penelitian Kuantitatif , kualitatif dan R&D* , Alfabeta, Bandung